



Salone del Mobile.Milano



A Matter of Salone

Comunicato Stampa

**Dal gesto alla forma,
la nuova narrazione
del Salone del Mobile.Milano**

19 dicembre 2025



Salone del Mobile.Milano

Dal gesto alla forma: “A Matter of Salone” è la nuova narrazione del Salone del Mobile.Milano

Dalla riflessione sull’umano alla materia come significato: la nuova campagna di comunicazione del Salone esplora l’origine fisica e simbolica del progettare, un racconto visivo composto da prospettive differenti, unite da un’idea comune di trasformazione e genesi.

Dopo aver messo al centro l’essere umano con la campagna “**Thought for Human.**” del 2025, firmata dallo sguardo sensibile e documentaristico del fotografo americano **Bill Durgin**, il **Salone del Mobile.Milano** prosegue nel suo percorso di riflessione sul **senso del progetto** con “**A Matter of Salone**”, la campagna di comunicazione che accompagnerà l’edizione 2026. Se l’anno scorso il design veniva esplorato come linguaggio al servizio dell’uomo, oggi il punto di partenza si fa ancora più originario: la **materia**. Materia da toccare, da leggere, da interpretare. Materia che **custodisce memoria** e al tempo stesso **nasconde un potenziale ancora da rivelare**.

La campagna prende forma a partire da una domanda essenziale: **quale significato può assumere oggi il design?** La risposta, tanto visiva quanto concettuale, affonda le radici nella materia, intesa non solo come sostanza fisica, ma come **origine, memoria, possibilità da attivare**. Non è più soltanto una questione di forma o funzione: è un processo in cui ciò che è tangibile si trasforma in valore. *Matter*, infatti, è materia, ma anche ciò che conta, ciò che genera senso.

È da questa ambivalenza che nasce “**A Matter of Salone**”, un progetto collettivo **firmato da Motel409** e realizzato con sei voci della creatività contemporanea: i fotografi **Charles Negre, Eduard Sánchez Ribot e Alecio Ferrari**, e i set designer **Studio Végété, Laura Doardo e Stilema Studio**. Il loro lavoro ha dato vita a **un sistema di immagini stratificato**, costruito a più mani, dove ogni intervento amplifica la visione comune. L’approccio è stato volutamente multidisciplinare, per restituire la complessità dell’idea iniziale attraverso un **linguaggio fatto di materia, luce, gesto e trasformazione**. Il risultato è un immaginario che tiene insieme concretezza e astrazione, **una composizione visiva capace di evocare tanto quanto di spiegare**, profondamente connessa alla cultura del progetto.

Commenta **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: “*Con A Matter of Salone abbiamo voluto rimettere al centro la materia come origine del pensiero progettuale. Una materia viva, che si lascia interrogare, trasformare, attraversare. Questa campagna è un invito a guardare il design non solo come risultato, ma come processo collettivo, che prende forma nel dialogo tra mani, saperi e visioni. È così che il Salone continua a raccontare il suo tempo: partendo da ciò che conta davvero*”.

La campagna si sviluppa intorno a **soggetti materici**, ciascuno dei quali rappresenta un principio progettuale fondamentale. La **pietra** è **l’origine**, simbolo della semplicità senza fronzoli; scavata, decostruita, rivestita, diventa terreno di sfida per nuove percezioni di solidità. Il **petalo** incarna la **sensualità della materia**, esaltata da tecniche come il laser cutting e l’ink dye, che mettono in evidenza le possibilità più avanzate **dell’innovazione materica**. Il **legno**, materia viva, racconta la **funzione**: è segno di continuità tra uomo, natura e costruzione, e rivela potenzialità espressive attraverso forature, incastri e sculture. La **spugna**, con la sua volumetria mutevole, parla di



reinvenzione: materia che cambia, che si lascia piegare, comprimere, tagliare, uscire dall'ombra per diventare icona visiva.

Racconta **Federico Grassi, Direttore Creativo di Motel409**: “*Ci siamo chiesti cosa accade alla materia quando la si guarda con gli occhi del progetto. Da questa domanda è nato A Matter of Salone: un lavoro a più mani, dove l'energia dei materiali si fonde con la visione, il gesto, l'immagine. Non volevamo illustrare il design, ma evocarlo. Farne esperienza visiva e sensoriale, lasciando che fosse la materia stessa a raccontare. E il Salone è stato, come sempre, lo spazio dove questa trasformazione ha potuto accadere.*”

La struttura narrativa della campagna è pensata come un **percorso in tre atti**. Si comincia con **l'esplorazione ravvicinata della materia**, in scatti che ne svelano la pelle, la trama, l'essenza. Si passa poi alla **presentazione degli oggetti** nella loro **forma archetipica**, essenziale. Infine, la materia si lascia attraversare dal **gesto umano**: viene toccata, scolpita, modificata, in una sequenza visiva che culmina con mani, strumenti e materiali che si incontrano e dialogano. **Il risultato è un crescendo visivo e simbolico**, che termina con la rivelazione **dell'artefatto finito**: oggetti che portano con sé non solo funzione e forma, ma **memoria, tensione, visione**.

Durante il processo creativo, il fotografo **Charles Negre** ha sintetizzato il cuore della campagna con un'espressione che ne incarna profondamente lo spirito: “*Ogni materia ha la sua energia, e tutto ciò che noi dobbiamo fare è saper canalizzare quest'energia, attraverso l'immagine, fino a raggiungere il pubblico. Non bisogna mai dimenticarsi dell'emozione, altrimenti perdiamo lo scopo del tutto.*” Un'emozione che si percepisce in ogni frame della campagna, pensata non solo per essere vista, ma per essere sentita.

“**A Matter of Salone**” è molto più di un progetto visivo. È un atto di ascolto e di traduzione. Un invito a guardare il design non solo come disciplina, ma come pensiero incarnato, capace di attraversare materiali e significati, di **restituire profondità all'atto di progettare**. Qui la materia non è più solo risorsa o superficie: **è voce, storia, orizzonte da immaginare insieme**.

Contatti



Salone del Mobile. Milano

Salone del Mobile.Milano

Ufficio Stampa Italia

Per ulteriori informazioni o richieste di interviste, vi invitiamo a contattare l'Ufficio Stampa.

Immagini, anteprime immagini con didascalie e crediti sono a disposizione nell'[Area Press e Media](#).

Marilena Sobacchi

Head of Global Press Office

marilena.sobacchi@salonemilano.it

tel. 02/72594319

Andrea Brega

Head of Press Office Coordination

andrea.brega@salonemilano.it

tel. 02/72594629

Paola Cavaggioni

Direttore Marketing e Comunicazione

Susanna Legrenzi

Press & Communication Strategy Advisor

Vlatka Selakovic Zanoletti

International Press & Cultural Events Senior Support

Patrizia Malfatti

Press Office Senior Expert

Patrizia Ventura

International Press Incoming e Media Buying Manager

Massimo Poggipollini

Segreteria operativa